



LAS AREAS DE SERVICIO AL CLIENTE: UN VERDADERO CAMBIO DE MENTALIDAD “DE CENICIENTA A PRINCESA”

Érase una vez una joven profesional, recién graduada de administración de empresas, apasionada por el mercadeo y las ventas. Las áreas de recursos humanos y finanzas no le llamaban mucho la atención, y el área de servicio al cliente mucho menos. En su primer trabajo tuvo la oportunidad de ingresar a una prestigiosa empresa multinacional del sector automotriz, pero con la “mala fortuna”, para la mayoría, de ingresar al área menos favorecida de las áreas: Servicio al Cliente.

Esta área donde solo se reciben quejas y reclamos, el teléfono no para de sonar, los clientes se disgustan y cada problema que surge debe ser resuelto de inmediato. Esta área que en la mayoría de empresas no es tenida en cuenta o en ocasiones ni siquiera existe.

Pero, para su sorpresa, empezó a descubrir un mundo no imaginado antes jamás. Empezó a cambiar la mentalidad que se tiene sobre esta área.

Se encontró con un jefe con tanta sensibilidad hacia el servicio, que como el hada de un cuento, le mostró como la calabaza se convertía en carroza, cuando le enseñó las bondades de tener contacto con los clientes y por supuesto de trabajar en un área tan fascinante en la cual se cuenta con la materia prima para generar cambios de alto impacto en las compañías.

Este mago y sus compañeros, le hicieron ver que ésta es el área más importante de la organización porque el cliente es “la razón de ser” y que:

- Cada queja que hay es una oportunidad de mejoramiento,
- Cada llamada que ingresa es un momento de verdad que puede dar paso a una venta,
- Cada contacto es el inicio de una relación a largo plazo que se debe cultivar con pequeños detalles como una sonrisa, un saludo, un gesto amable, una palabra amigable.
- Cada miembro de la organización, liderado por el ejemplo de ésta área, tiene la responsabilidad de satisfacer las expectativas del cliente y debe estar empoderado para darle más del 100%,
- Debe existir una conciencia plena, por parte de esta área, de que los valores, la comunicación y el trabajo en equipo son elementos indispensables que se deben vivir a diario.
- Los miembros de ésta área parecieran tener el poder de convertir cualquier momento desagradable en inolvidable y de “encantar”, con



una magia especial, a los clientes que, bien atendidos, se multiplican, vuelven una y otra vez, generando así recompra, fidelidad, referenciación positiva y los tan anhelados ingresos de la empresa.

Así, esta estudiante empezó a sentirse afortunada por haber ingresado a un área tan vital e inquietante. Desarrolló muchas habilidades como:

- La capacidad de ponerse en los “zapatos” del cliente, o empatía, para entender sus necesidades.
- Aprendió también, que si bien es cierto, que en este tema se requiere una actitud positiva, mucha alegría y energía, estos elementos solo constituyen el 50%, porque el porcentaje restante está determinado por la acción y la capacidad de dar resultados, proporcionar respuestas concretas y satisfacer plenamente a los clientes.
- Y claro está, comenzó a ver las situaciones desde puntos de vista diferentes, a romper esquemas y paradigmas que le permitieron marcar la diferencia respecto de la competencia.

Y al cabo de unos años, esta joven dejó de lado sus intereses en otras áreas y se casó para el resto de su vida con el área de Servicio al Cliente, la cual conoció como Cenicienta, vio convertirse en princesa pero entendió y trabajó para que fuera reconocida como la única y verdadera reina.

Para reflexionar:

¿Existe un área de Servicio al Cliente en su empresa?

¿Cómo está posicionada en la empresa: Cenicienta, princesa o reina? ¿Por qué?

Comparte tu reflexión con nosotros escribiendo a: abad@wcp.es

JUANITA ACEVEDO SEGURA

MBA – Entrepreneurship & Family Business

Consultora Especializada

Marketing de Servicios

Barcelona, España

juaniace@yahoo.com